



『製品安全セミナー』～バイヤー向け製品安全リストの解説～

去る6月15日(月)午後6時より三条商工会議所4F研修室にて、当組合と協同組合三條工業会の主催、日本鍛冶学会の後援で「製品安全セミナー～バイヤー向け製品安全リストの解説～」が開かれました。講師に株式会社コシダアートの正木秀樹氏を迎え、経済産業省から出された「マーチャンドライザー・バイヤー向け製品安全チェックリスト」の解説とその対応策、さらには製品安全を営業の武器にすることについてお話しいただきました。

はじめに長岡理事長の挨拶、講師の紹介の後、早速講演が始まりました。講師は、製品安全とデザインを融合した「製品安全デザイン」を生み出した会社に所属し、サブタイトルにあるチェックリストの基となった製品安全に関する事業者向けガイドの作成に関わったかたです。

『今の販売業者は商品の選定をグループ（マーチャンドライザー）で行っており、その過程では価格以上に安全に対するリスク管理が重要視されてきている。一般に製品は利便性が上がるほどリスクも上がる。その中で製品に関して類似商品との安全性能の比較、本体表示（注意ラベル）や取扱説明書の表記、

アフターサービスはもちろんだが製品の要件定義（開発意図や使用者スキル、使用条件等）が伝わるのが大事だ。そして（卸業者も含め）供給者の評価選定では継続的に信頼できる取引が可能なことは当然だが、供給者の製品安全方針と製品安全に対する企業姿勢が問われている。

自社の製品（商品）が法令・規格、社内安全基準に適合しているか。他社も含め過去の類似製品の不具合・事故等の発生状況と原因究明結果、想定される使用者、使用方法および使用環境の妥当性を検討し、「リスクの明文化」が必要だ。そしてその安全に関する情報を購入前の消費者に伝えられているかが重要だ。

販売現場では、電気製品や電動工具に取扱説明書やそれを表示したPOP、取り扱いムービーを陳列しているところが増えている。また、メーカーのウェブサイトでは製品紹介のページに取扱説明書や取説



正木 秀樹 氏

ムービーを載せたり、安全情報をしっかり表示しているところがある。それらを見ることによって消費者は購入前に使用や取り扱い手順、自分の技量に合っているか等を確認でき、結果として返品やクレームが減る効果がでている。

アフターサービスについてもユーザーに対しメンテナンスや交換可能な消耗品（替刃等）の情報が伝わっているか、販売業者に不具合・事故等に対応するマニュアルがあるか、専門業者による修理が必要な場合はその体制が整っているかが伝わっているかが重要だ。

消費者とのクレーム・トラブル対応を重視する販売業者は結果的に価格よりもこれらが整っている製品を選ぶことになる。製品安全情報が販売拡張上、非常に重要なツールとなっている。』

予定の時間をオーバーして製品安全の重要性を説明いただきました。

最後に中条副理事長が自社の取説ポップの話を変えながら挨拶され閉会となりました。(Y.O)

